

Zusammenhalt in Zeiten der Krise bringt Optimismus

Die Österreichische Franchise-Szene blickt durch das Netzwerk und die gelebte Gemeinschaft von Franchise-Systemen - trotz COVID-19 - optimistisch in die Zukunft.

(Brunn am Gebirge, 25.08.2020) Selbstverständlich hat die Corona Krise auch die heimische Franchise-Szene sehr hart getroffen, trotzdem sehen Experten, Franchise-Partner und Franchise-Geber mit Optimismus in die Zukunft, denn eine aktuelle Umfrage des Österreichischen Franchise-Verbandes zeigt, dass besonders Franchise-Nehmer in Zeiten der Krise von ihrem Netzwerk und dem Zusammenhalt im Franchise-System profitieren. „Wir haben viele positive Rückmeldungen von österreichischen Franchise-Nehmern erhalten, die sagen, dass sie froh sind, dass sie in dieser Situation nicht allein sind. Wir erleben jetzt, dass eine Gruppe – ein Franchise-System, viel besser auf die Herausforderungen reagieren kann als ein Einzelner“, so die Ehrenpräsidentin des Österreichischen Franchise-Verbandes und Geschäftsführerin von SYNCON International Franchise Consultants, Waltraud Martius. Die Ehrenpräsidentin rechnet im Herbst mit einem verstärkten Interesse an Franchise-Systemen und der Entstehung von neuen Systemen. „Franchising wird für viele Menschen eine attraktive Alternative darstellen“, so Martius.

Auch RE/MAX Geschäftsführer Peter Reikersdorfer schließt sich an: „Die letzten Monate haben wieder gezeigt, wie wichtig es ist in einem Netzwerk zu sein. Als Franchise-Geber haben wir in dieser Phase den ständigen Erfahrungsaustausch mit und unter den Franchise-Partnern forciert und gefördert. Dies hat den Zusammenhalt im System weiter gestärkt und Raum für Innovation geschaffen.“

Mitglied in einem Franchise-System zu sein bedeutet auch, dass man von anderen profitieren kann, Entscheidungen nicht im Alleingang treffen muss und Krisen gemeinsam in Chancen umwandelt. „Der Virus hat versucht, uns alle lahmzulegen. Schnell war klar, dass die Zugehörigkeit zu einem Franchise-System hilfreich ist, weil man auf Veränderungen in der Gemeinschaft besser reagieren kann und auch Ärmel hochkrempeln gemeinsam viel mehr Spaß macht als allein. Im Nachhinein gesehen hat uns dieser Virus stark gemacht und wir sind nun besser aufgestellt als vorher“, so Joachim Büchler, Franchise-Partner von VBC.

Für SONNENTOR war die größte Herausforderung des Lockdowns die fehlende Kundenfrequenz in den Geschäften und die daraus resultierenden Umsatzeinbußen. „Wir haben vor allem versucht mit konkreten Maßnahmen den stationären Handel zu unterstützen, indem wir die Franchise Partner durch Social Media Maßnahmen in den Mittelpunkt gerückt, Franchise-Partnern Gebühren erlassen und reduziert und offene Rechnungen gestundet haben“, so Berndt Kienmeyer, Leitung Franchise.

LernQuadrat hat nach dem Lockdown die Möglichkeiten des Internets genutzt und Online-Nachhilfe angeboten. Somit konnte das Unternehmen den laufenden Betrieb nahtlos weiterführen und sowohl den Schülerinnen und Schülern die benötigte Hilfe als auch vielen Lehrkräften weiterhin eine Beschäftigung sichern.

equalizent unterstützt gehörlose Menschen, besonders in Fragen der beruflichen Orientierung und Weiterbildung. Während der Krise wurden mit Social Franchising neue Konzepte erprobt, um Bildungsbarrieren für gehörlose Menschen europaweit abzubauen.

Die Corona Krise hat die Fitnessbranche besonders hart getroffen. Das Glück von Bodystreet war, dass es bereits vor der Krise das gesamte System umgestellt hat und somit Live-Webinare, Online Schulungen und systemweite Telefonkonferenzen abhalten konnte. Ebenso wurde auf ein Online Training umgestellt und dadurch eine neue Form der Kundenbetreuung angeboten.

Das Unternehmen Viterma ist während der Krise auf jeden Partner individuell eingegangen, im Bedarfsfall wurde auch die Franchise-Gebühr gestundet. „Unsere Leidenschaft ist es, die Lebensqualität unserer Kunden und Wegbegleiter nachhaltig zu verbessern. Wir nennen das 'Better Life', und dieses Prinzip gilt natürlich auch im Umgang mit unseren Franchise-Partnern“, so Geschäftsführer Marco Fitz. Mit Beginn der ersten Lockerungen wurden zudem eine Marken-Neupositionierung vorgenommen und auch die Online-Aktivitäten weiter ausgebaut – beispielsweise mit einem Badezimmer-Ratgeber als E-Book oder der Möglichkeit zur Online-Beratung.

„Die Storebox Franchise-Zentrale hat alle juristisch relevanten Themen zur Corona Krise proaktiv und länderspezifisch abgeklärt. Die wichtigste Prämisse war es, die Standorte ohne Einschnitte weiter offen halten zu können, was einwandfrei gelungen ist. Unser Learning: Krisen kommen und treffen uns unverhofft mit voller Härte. In diesen schweren Zeiten war es umso wichtiger eine Vision zu haben, an welcher man sich festhalten und orientieren kann“, so Mag. Magdalena Mathoi, Head of Business Development.

Dem Franchise-System Piyoma war es wichtig ein Zeichen zu setzen und nicht in Schockstarre zu verfallen. „Dank digitaler Technologie kommt bei Piyoma@home der Piyoma Health Trainer live auf die Bildschirme der Mitarbeiter unserer Unternehmenskunden. Die Mitarbeiter trainieren in ihrer eigenen Wohnung, profitieren aber dank Live-Videokonferenz vom Gemeinschaftserlebnis.“, so Margit Haslinger, Gründerin Piyoma.

„Anhand dieser vielen Initiativen sehen wir deutlich, dass die österreichische Franchise-Szene auch in Krisenzeiten innovativ ist und ein bestehendes Netzwerk, auf das man zurückgreifen

und sich verlassen kann, schwierige Zeiten wesentlich erleichtert“, so Barbara Steiner, Generalsekretärin des Österreichischen Franchise-Verbandes.

Informationen zum Österreichischen Franchise-Verband

Der Österreichische Franchise-Verband (ÖFV) ist Repräsentant der österreichischen Franchise-Wirtschaft. Als integrativer Motor der Franchise-Szene vertritt der Verband die Interessen seiner Mitglieder in der Öffentlichkeit und forciert den Austausch mit Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Öffentlichkeit, um die nachhaltige Qualitätssicherung im Franchising zu fördern. Diese wird durch den ÖFV System-Check unterstützt, zu welchem sich alle ordentlichen Mitglieder mindestens einmalig verpflichten. Nach Absolvierung des Checks darf das ÖFV Siegel „Geprüftes Mitglied“ getragen werden, welches nicht nur die hohe Qualität des Systems repräsentiert, sondern darüber hinaus für eine hohe Franchise-Partner-Zufriedenheit steht und dadurch Vorteile bei der Suche nach neuen Franchise-Partnern mit sich bringt. Der ÖFV gilt als Kommunikationsplattform und fokussiert den Ausbau von Image und Bekanntheitsgrad des Franchisings. Zudem vernetzt der Verband Franchise-Geber mit Franchise-Interessenten und stellt seinen Mitgliedern ein umfassendes Experten-Netzwerk zur Verfügung. Ebenso zählen themenspezifische Veranstaltungen zum vielfältigen Angebot des Österreichischen Franchise-Verbandes, der in Brunn am Gebirge angesiedelt ist und rund 135 Mitglieder zählt. Alle weiteren Informationen über den Verband können auf der Website des ÖFV abgerufen werden. www.franchise.at



Foto: ÖFV Präsident Dkfm. (FH) Andreas Haider
Fotocredit: ÖFV



Foto: ÖFV Generalsekretärin Mag. Barbara Steiner

Kommunikation & Marketing

Ing. Natascha Lazar

Rückfragehinweis:

Theresa Grillitsch, BA MA

theresa.grillitsch@3esolution.com

+43 664 / 58 36 356